

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara maritim dan kepulauan terbesar di dunia, sehingga banyak pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh Indonesia. Khususnya pada sektor perikanan, Indonesia dapat dengan mudah untuk menangkap ikan yang ada di laut maupun tambak. Terdapat beragam jenis ikan yang ada di kepulauan Indonesia. Namun, jenis ikan yang dapat menarik konsumen adalah ikan arwana. Ikan arwana yaitu ikan hias air tawar yang merupakan salah satu ikan kebanggaan Indonesia dan cukup populer di manca negara.

Ikan arwana juga memiliki corak yang indah, yang mana memiliki harga jual yang relatif tinggi tergantung dengan jenisnya. Ikan arwana memiliki jangka hidup yang tergolong lama, sehingga dapat hidup berpuluh-puluh tahun. Semakin lama usia dan besarnya ukuran ikan arwana maka akan semakin tinggi harganya. Harga yang terbilang cukup mahal, ikan arwana saat ini masih menjadi primadona di kalangan penghobi ikan hias di Indonesia maupun di manca negara. Saat ini ikan arwana satu-satunya produk lokal yang dapat bersaing dengan ikan hias populer yang dikembangkan di luar negeri untuk menjadi *The Best Ornamental Fish*. Oleh karena itu, ikan arwana sangat layak disebut sebagai *Pride of Indonesia*. Selain itu, ikan ini tidak hanya populer di manca negara, melainkan di Indonesia sendiri permintaan ikan arwana juga tinggi.

Menurut badan karantina ikan pengendalian mutu dan keamanan hasil perikanan yang dibawah naungan Kementrian Kelautan dan perikanan bahwa di setiap tahunnya pertumbuhan lalu lintas ikan hias mengalami peningkatan yang signifikan.

Perkembangan penjualan ikan arwana ini tidak lepas dari peran keputusan konsumen dalam membeli ikan arwana. Keputusan konsumen merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian, dimana konsumen menentukan untuk melakukan atau bertindak sesuatu. Dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk tertentu (Philip kotler & Gary Amstrong, 2015). Keputusan konsumen didasarkan pada keinginan konsumen untuk memutuskan pembelian sesuatu yang diinginkan. Topik keputusan konsumen dalam pembelian ikan arwana digunakan oleh peneliti karena studi ini masih sedikit yang meneliti dan masih layak untuk diteliti karena semakin banyaknya produk atau barang yang bermacam-macam mengakibatkan kesadaran masyarakat untuk mempertimbangkan dalam menggunakan keputusan pembelian konsumen.

Keputusan konsumen mampu dilakukan jika produk tersebut sesuai dengan apa yang diperlukan dan diinginkan konsumen. Khususnya keputusan konsumen dalam pembelian ikan arwana di Jawa Timur. Latar belakang penelitian ini menggunakan topik keputusan konsumen dalam pembelian ikan arwana di Jawa Timur, salah satunya yaitu berdasarkan fenomena yang terjadi pada banyaknya penghobi ikan arwana dari Jawa Timur dan sangat sedikit penangkaran yang ada di Jawa Timur

Di era globalisasi ini penjualan dan pembelian sudah banyak yang menggunakan kecanggihan teknologi tak terkecuali penjualan ikan. terutama di Indonesia kemajuan teknologi yang sangat pesat membuat *E-commerce* bermunculan. Perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat jumlah pengguna dari *E-commerce* meningkat dari tahun ke tahun. Gambaran pengguna *E-commerce* dari tahun 2004-2021 bisa dilihat di gambar 1.1



Sumber: katadata.co.id dalam teknologi.id diakses pada tanggal 7 Januari 2019 pkl. 14.20

Gambar 1.1
Pertumbuhan *E-Commerce* 2014-2021

Dapat dilihat pada gambar 1.1 bahwa pertumbuhan *E-commerce* terus meningkat. Dari tahun ke tahun dengan peningkatan yang sangat pesat. Hal ini menunjukkan penggunaan *E-Commerce* semakin banyak dari tahun ke tahun. *Penggunaan E-Commerce* tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok tetapi Jual beli hewan peliharaan terkadang juga bias dilakukan. Terlebih lagi hewan yang dibeli melalui online lebih murah daripada langsung membeli ke pelapak.

Faktor utama pembeli lebih memilih belanja online yaitu dengan adanya kemudahan transaksi membuat banyak yang menggunakan aplikasi belanja online dibanding membeli secara langsung. Pembeli tidak perlu keluar rumah dan mengeluarkan banyak biaya untuk mendapatkan hewan kesukaannya. Terlebih lagi lebih banyak pilihan dan mempersingkat waktu dalam memilih. Pembeli juga

dapat menawar barang yang ditawarkan tanpa harus bertatap muka. Hal ini sangat memudahkan seseorang dalam melakukan transaksi pembelian khususnya ikan arwana.

Faktor kedua yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan arwana adalah gaya hidup. Ikan arwana yang dibeli tidak sesuai yang di butuhkan, melainkan hanya untuk mengikuti tren yang sedang berkembang. Seseorang yang memelihara ikan arwana dapat menunjukkan gaya hidup yang berbeda. Oleh karena itu, tujuan dari memelihara ikan arwana dapat berbeda-beda pula, seperti ingin terlihat kaya karena ikan tersebut bernilai jual tinggi, atau bahkan hanya hobi. Tidak hanya itu, terkadang lingkungan terdekat yang mengakibatkan seseorang melakukan pembelian ikan arwana. Seseorang yang memelihara ikan arwana cenderung mengalokasikan uangnya untuk keinginannya semata, apalagi saat sedang terjadi trend ikan arwana, maka masyarakat akan berbondong-bondong membeli ikan arwana walaupun memiliki harga yang tinggi. Hal ini dapat terlihat pada awal tahun 2020 ini ikan arwana mulai berkembang dan banyak peminatnya.

Faktor terakhir yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan arwana yaitu harga. Harga ikan arwana yang mahal tidak menghalangi penghobi untuk membeli ikan tersebut. Banyaknya permintaan membuat stok ikan menipis dan langkah maka harga ikan semakin mahal. Selain itu, semakin indah corak warna yang dimiliki ikan arwana maka menunjukkan semakin mahal harga pasarnya, meskipun harga jual ikan arwana sangat tinggi, namun tidak menurunkan niat beli konsumen. Hal ini dapat terjadi karena semakin

tinggi harga ikan arwana, maka menunjukkan bahwa semakin besar ukuran ikan arwana tersebut dan kualitas ikan yang baik. Berdasarkan uraian diatas penting untuk dilakukan penelitian ini agar mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian ikan arwana. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul tentang **“Pengaruh *E-Commerce*, Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Ikan Arwana di Jawa Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah :

1. Apakah *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli ikan arwana?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli ikan arwana?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli ikan arwana?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan dalam beberapa poin seperti berikut :

1. Untuk menganalisis apakah *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

2. Untuk menganalisis apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.
3. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bacaan dan informasi yang berguna bagi pembaca sehingga dapat menambah pengetahuan tentang keputusan pembelian yang dapat meningkatkan keputusan pembelian serta minat terhadap situs *e-commerce* yang ada di Indonesia.

2. Manfaat bagi pelaku bisnis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan bermanfaat bagi pelaku bisnis dalam upaya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penyusunan penelitian ini akan dibagi menjadi tiga bab yang sudah disusun secara sistematis dengan urutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tinjauan pustaka diuraikan secara keseluruhan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka konseptual peneliti, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang penjelasan mengenai apa saja variabel yang digunakan dalam penelitian serta definisi operasionalnya, penjelasan mengenai apa jenis dan sumber daya yang digunakan, metode pengumpulan yang digunakan dan metode analisis data seperti yang dilakukan.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini membahas tentang gambaran subyek penelitian, memaparkan analisis data yang digunakan dalam penelitian, dan pembahasan yang berisi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan yang dialami selama penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.